

## BAB 1 PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Sebagai salah satu industri yang paling dinamis saat ini, pemilik bisnis ritel, yang berbasis toko (*store based retailing*), harus mampu mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi didalam pasar dan dengan tanggap mengadaptasikannya pada bisnis mereka sehingga selalu sesuai dengan gaya hidup. Oleh karena itu, bisnis ritel harus dapat berinovasi dan berkesinambungan dalam merespon dinamika ini dalam cara pandang yang inovatif. Faktor gaya hidup masyarakat perkotaan dalam memenuhi salah satu kebutuhan sekunder, keberadaan ritel fashion yang berfokus pada produk tas dapat dikatakan menjadi hal yang cukup penting bahkan menjadi suatu bagian dari kebutuhan sebagian masyarakat menengah ke atas. Ekspresi gaya hidup masyarakat, khususnya masyarakat golongan ekonomi menengah ke atas dapat dilihat dari jenis dan merk sebuah tas yang mereka kenakan. Trend atau gaya hidup masyarakat yang sedang terjadi, dipengaruhi oleh masuknya unsur-unsur budaya luar sebagai dampak dari aspek pariwisata yang terus menerus berkembang.

Semakin berkembangnya zaman, maka banyak pula ide bermunculan yang mampu menanggulangi keinginan dan kebutuhan konsumen melalui munculnya ritel yang berfokus pada sebuah fashion yang saling bersaing untuk menarik perhatian konsumen. Salah satunya adalah banyak produk tas yang semakin dikembangkan oleh perusahaan dengan berbagai macam desain dan juga warna. Produk tas telah menjadi hal yang konsumtif bagi konsumen wanita dikarenakan, wanita mudah terpengaruh dengan berbagai pengeluaran model terbaru dari produk tas itu tersendiri.

Saat ini, disebuah kawasan Godean kota Yogyakarta, telah berdiri sebuah industri yang memasarkan produk-produk tas wanita dimana unsur lokal sangat diutamakan namun masih mengikuti zaman agar tetap bisa menarik perhatian konsumen. Industri tersebut memiliki *brand* bernama Dowa yang berdiri pada tahun 1989 oleh Delia Murwihartini. Dowa sendiri diambil dari bahasa sansekerta yang memiliki arti kata 'doa'. Dowa merupakan industri yang memproduksi tas wanita yang terbuat dari hasil rajutan tangan.

Dowa memiliki visi dimana sebuah *brand* fashion dan gaya hidup yang kuat memberikan kesan kebangga dan kepercayaan konsumen dengan misi memberdayakan masyarakat sekitar untuk menjadi pengrajin yang berkualitas dan

produktif, memastikan dan menjamin untuk memberikan kualitas produk terbaik, serta menciptakan rasa kepemilikan antar karyawan yang memungkinkan pekerja untuk terus menghasilkan kualitas pekerjaan yang terbaik. Ritel Dowa diketahui hanya difokuskan di daerah Yogyakarta dan Solo dengan maksud bahwa Produk dan layanan yang berkualitaslah yang mampu membuat *brand* Dowa prestisius di mata konsumen. Dilihat dari harga produk yang dipasarkan oleh Dowa, diketahui bahwa konsumen yang datang dan membeli produk, adalah berasal dari kalangan ekonomi menengah keatas. Karakter konsumen memiliki karakteristik orang yang akan mudah tertarik terhadap sebuah brand dan akan merasa nyaman serta karakteristik yang seolah-olah memiliki kepercayaan terhadap brand tersebut.

Adapun hal-hal yang mampu mempengaruhi eksistensi ritel tersebut, salah satunya adalah dengan mendesain ritel. Bentuk desain yang unik akan membantu para pemilik untuk dapat secara kreatif menciptakan suasana toko yang “teatrikal” bagi para pengunjung. Sebuah pengelolaan yang mengintegrasikan desain interior, pilihan barang, konsep toko dan strategi penjualan. Dalam kasus Dowa, penempatan sirkulasi pengunjung dan pengelompokan produk yang tidak tepat sasaran membuat pengunjung merasa kurang nyaman ketika melakukan aktifitas. Oleh sebab itu, ritel Dowa kembali di rancang ulang demi memfasilitasi semua kebutuhan para konsumen dimulai dari sisi penjualan, perawatan tas, aktivitas yang dilakukan, hingga kebutuhan suatu tempat sehingga dapat memudahkan konsumen dalam memenuhi sebuah kebutuhan serta meningkatkan identitas Dowa itu sendiri.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari uraian latar belakang di atas maka dapat disimpulkan identifikasi masalah apa saja yang terdapat pada Dowa berupa poin-poin berikut :

1. Pengelompokan dan penempatan display produk yang kurang sesuai
2. Sirkulasi pengunjung ketika berada di dalam ruangan yang dikarenakan sirkulasi antara pengunjung dengan produk dan area kasir terlihat sempit sehingga membuat ruangan seolah penuh sesak serta kebutuhan ruang tunggu yang menjadi faktor kenyamanan
3. penerapan desain interior yang kurang sesuai dengan identitas karakter brand Dowa

### **1.3 Ide/gagasan Perancangan**

Me-redesain ritel Dowa dengan desain interaktif yang juga mampu menunjukkan identitas Dowa agar pengunjung yang datang dan beraktifitas di dalam ruangan merasa nyaman. Dengan tema Ekspresif Estetis dengan Penerapan *Classic Contemporer of Yogyakarta* dan konsep *The warmness of Dowa* yang terinspirasi melalui makna brand dan produk Dowa, ide gagasan perancangan adalah dengan menerapkan sebagian unsur Yogyakarta yang tentunya tidak terlepas dari perkembangan zaman. Selain penerapan unsur kebudayaan, pola rajutan produk dan bahan produk juga akan dieksplorasikan dalam penerapan desain baik itu desain furnitur maupun desain interiornya.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasar hasil dari latar belakang dan Identifikasi masalah, maka terdapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana me-redesain pengelompokan dan penempatan produk yang tepat?
2. Bagaimana mengatur sirkulasi ruangan pada ritel Dowa yang tepat bagi kenyamanan pengunjung?
3. Bagaimana meningkatkan identitas Dowa melalui desain interior ?

### **1.5 Tujuan Perancangan**

Tujuan dari me-redesain Dowa adalah :

1. Mewujudkan desain pengelompokan dan penempatan produk dengan display yang tepat
2. Mewujudkan sirkulasi ruangan yang tepat bagi kenyamanan pengunjung
3. Mewujudkan desain interior Dowa yang mampu memberikan daya tarik dan ciri khas tersendiri sesuai dengan identitasnya

### **1.6 Manfaat Perancangan**

Sebagai rekomendasi bagi pemilik usaha dalam meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk yang dijual dan baik dari pihak konsumen, karyawan dan pemilik dapat merasa nyaman ketika beraktifitas di dalam ruangan tersebut. Diharapkan dapat mampu meningkatkan identitas asli Dowa tersebut.

## 1.7 Ruang Lingkup Perancangan

Adapun batasan ruang lingkup perancangan difokuskan pada area display dan juga sirkulasi ruangan. Serta merancang kembali interior dari fasilitas menunjang seperti area tunggu dan juga area *workshop* dengan menonjolkan unsur kebudayaan Yogyakarta. Fasilitas yang menunjang adalah:

- 1) Area Display / Showroom : pada ruangan ini, ruang lingkup lebih merujuk pada sirkulasi ruangan dengan memfokuskan fasilitas display produk dan area kasir.
- 2) Area Ruang Tunggu Outdoor : Di area ruang tunggu ini, akan difasilitasi tempat duduk, coffee table, dan juga mini bar yang berfungsi untuk menyediakan beberapa minuman dan juga makanan / *snack* tradisional Jogja
- 3) Area *workshop* : Dikhususkan sebagai area *workshop* atau tempat untuk melatih bagaimana cara merajut produk menggunakan benang-benang *nylon* dan area ini diperuntukkan bagi pengunjung yang ingin mengenal dunia rajut

## 1.8 Sistematika Penulisan

Laporan pengantar Tugas Akhir dengan judul Re-desain *Retail* Dowa, meliputi hal-hal sebagai berikut :

### BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang proyek, identifikasi masalah, ide gagasan, rumusan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, batasan perancangan, dan sistematika penulisan

### BAB 2 STUDI LITERATUR TENTANG RETAIL

Bab ini merupakan tinjauan teori tentang unsur kebudayaan Yogyakarta dan *Retail*, definisi dari objek perancangan, standar perancangan ruang, serta fasilitas yang dibutuhkan.

### BAB 3 DESKRIPSI DAN PROGRAM PERANCANGAN RE-DESAIN RETAIL DOWA BAG

Bab ini merupakan deskripsi mengenai objek perancangan yang akan dikerjakan, site bangunan, analisis daerah sekitar site, programming, dan penjelasan tentang konsep yang akan diaplikasikan dalam perancangan.